



Proceedings

การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 11
ประจำปี พ.ศ.2565

วันที่ 25 พฤศจิกายน 2565 ณ โรงแรมดุสิตธานี หัวหิน จังหวัดเพชรบุรี

CULTURE
CULTURE

SERVICE
SERVICE

LOGISTICS
LOGISTICS

IN THE ECOSYSTEM
IN THE ECOSYSTEM





คณะกรรมการฝ่ายพิจารณาผลงานทางวิชาการ
โครงการประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 11 ประจำปี พ.ศ.2565
Culture – Service – Logistics in the Ecosystem

1. อาจารย์ ดร.ชัชฌาพงศ์ ศิริโชตินิศากร	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
2. รองศาสตราจารย์ ดร.ประสพชัย พสุนนท์	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
3. รองศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
4. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.โกสินทร์ เตชะนิยม	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
5. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิตพนธ์ ชุมเกต	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
6. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิตศักดิ์ พุดจระ	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
7. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
8. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชลภััสสรณ์ สิทธิวีรวงศ์ชัย	วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
9. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ฐิติมา พูลเพชร	คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
10. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐธนา ลิขพันธ์นรกิจ	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
11. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ดวงกมล บุญแก้วสุข	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
12. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีรรัตน์ พิมพาภรณ์	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
13. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนภุต สังข์เฉย	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
14. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธาดาธิเบศร์ ภูทอง	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
15. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นภนันท หอมสุต	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
16. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิธิกร ม่วงศรีเขียว	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
17. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปณิตา วงศ์มหาดเล็ก	คณะสถาปัตยกรรม มหาวิทยาลัยศิลปากร
18. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปริญญา นาคปฐม	วิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยบูรพา
19. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พินิตา นิลอรุณ	วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
20. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มณีรัตน์ สุขเกษม	คณะบริหารธุรกิจและอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
21. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มนัสสินี บุญมีศรีสง่า	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
22. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ระชานนท์ ทวีผล	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
23. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัชนิกร แซ่วัง	วิทยาลัยนวัตกรรมการ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
24. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วุฒิชัย อารักษ์โพชนงค์	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
25. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เวฬุรีย์ เมธาวินิจ	วิทยาลัยนวัตกรรมการ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
26. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สวรรยา ธรรมอภิพล	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
27. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สันติธร ภูริภักดี	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
28. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิริชัย ดีเลิศ	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร





- | | |
|---|---|
| 29. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุดสันต์ สุทธิพิศาล | ศูนย์ความเป็นเลิศด้านการบริการ การท่องเที่ยว
และโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต |
| 30. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุวชัย พิทักษ์ทิม | คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ |
| 31. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เอกฉัตร ต้นศิริ | คณะอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ |
| 32. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สิริภาณุฉณ์ ทวีพิธานันท์ | คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ |
| 33. อาจารย์ ดร.กมลทิพย์ กันตะเพ็ง | โครงการอัมพวา ชัยพัฒนานุรักษ์ |
| 34. อาจารย์ ดร.ไข่มุกด์ วิกฤษักดา | คณะอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ |
| 35. อาจารย์ ดร.จันทร์เมธา ศรีรักษา | คณะอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ |
| 36. อาจารย์ ดร.เฉลิมเกียรติ เพ็ญแก้ว | ศูนย์ความเป็นเลิศด้านการบริการ การท่องเที่ยว
และโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต |
| 37. อาจารย์ ดร.दनัย ลิสวัสดิ์รัตนกุล | ศูนย์ความเป็นเลิศด้านการบริการ การท่องเที่ยว
และโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต |
| 38. อาจารย์ ดร.นพรัตน์ บุญเพียรผล | คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร |
| 39. อาจารย์ ดร.นุชนนทร กาฬสมุทร | คณะศิลปศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย |
| 40. อาจารย์ ดร.บุษริน วงศ์วิวัฒนา | คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร |
| 41. อาจารย์ ดร.ปรเมษฐ์ บุญนำศิริกิจ | คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง |
| 42. อาจารย์ ดร.ประภัสสร มีน้อย | คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง |
| 43. อาจารย์ ดร.ปริญญา หุ่นโพธิ์ | คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร |
| 44. อาจารย์ ดร.ปรีชา คำมะดี | วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ |
| 45. อาจารย์ ดร.ภฤศญา ปิยนุสรณ์ | คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร |
| 46. อาจารย์ ดร.ภวินท์ธนา เจริญบุญ | หลักสูตรบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยมหิดล |
| 47. อาจารย์ ดร.มรกต กำแพงเพชร | คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร |
| 48. อาจารย์ ดร.รพีพัฒน์ ศรีศิลารักษ์ | คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ |
| 49. อาจารย์ ดร.ลัดดา ชรีอัมพรเอกกุล | วิทยาลัยน่าน มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตต์ |
| 50. อาจารย์ ดร.วงศ์ลัดดา วีระไพบุลย์ | คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร |
| 51. อาจารย์ ดร.ศราวีสดี นวกัณฑ์วรกุล | คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช |
| 52. อาจารย์ ดร.สุวรรณณา เขียวภักดี | ศูนย์ความเป็นเลิศด้านการบริการ การท่องเที่ยว
และโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต |
| 53. อาจารย์ ดร.อชิป จันท์สุรีย์ | ศูนย์ความเป็นเลิศด้านการบริการ การท่องเที่ยว
และโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต |
| 54. ดร.ยิ่งศักดิ์ ไกรพินิจ | กระทรวงศึกษาธิการ |



กำหนดการนำเสนอผลงานในการประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 11 ประจำปี พ.ศ.2565

Culture – Service – Logistics in the Ecosystem

ในวันศุกร์ที่ 25 พฤศจิกายน 2565

ณ ห้องประชุมห้วยทราย 2 โรงแรมดุสิตธานีหัวหิน จังหวัดเพชรบุรี

การนำเสนอผลงาน		รูปแบบ	รหัสบทความ	ชื่อผลงาน	ผู้นำเสนอ	
13.00 น.	13.15 น.	Online	1276	EVALUATING THE OPERATING EFFICIENCY OF CONTAINER TERMINALS: AN EMPIRICAL STUDY ON LAEM CHABANG PORT IN THAILAND	Jiraporn Bokhamkerd	
13.15 น.	13.30 น.	Online	1197	OPTIMIZING CONTAINER LAYOUT TO REDUCE RELOCATIONS AND CARBON EMISSIONS: CASE STUDY OF CONTAINER YARD COMPANY IN THAILAND	คุณพรพรหม รุ่งเรือง	
13.30 น.	13.45 น.	Online	1212	การจัดการความปลอดภัยทางการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ในจังหวัดภูเก็ต	คุณกิงฉัตร เกิดมีวงศ์	
13.45 น.	14.00 น.	Online	1214	แนวทางการจัดการคุณภาพการให้บริการของธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กหลังเกิดโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ในจังหวัดภูเก็ต	คุณสุกัญญา มะหังสา	
14.00 น.	14.15 น.	Online	1220	การสร้างเส้นทางการท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเขาสามร้อยยอดจากพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย	คุณศรสวรรค์ สามีพิมพ์	
14.15 น.	14.30 น.	Online	1242	ส่วนประสมทางการตลาด (7P's) และภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา หลังการแพร่ระบาดของโควิด-19	คุณกนกพร หัสไทรทอง คุณเทวิน น้อยโชติช่วง	
14.30 น.	14.45 น.	พักรับประทานอาหารว่าง				
14.45 น.	15.00 น.	Online	1244	ส่วนประสมทางการตลาดและคุณภาพการให้บริการของโรงแรมที่ส่งผลต่อความภักดี ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกใช้บริการโรงแรม ในอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา	คุณโสภา ย้อยเสรีรัฐสุด	
15.00 น.	15.15 น.	Online	1193	การเข้าสู่ตำแหน่งของกรรมการสงเคราะห์เด็กและเยาวชนสำหรับสถานพินิจและคุ้มครองเด็กและเยาวชน กรณีศึกษาศูนย์ฝึกและอบรมเด็กและเยาวชนแห่งหนึ่ง	คุณธนากร ลรรพรัตน์	
15.15 น.	15.30 น.	Online	1267	ปัจจัยเชิงสาเหตุของผลการปฏิบัติงานขององค์การของธนาคารกสิกรไทย เขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล	คุณธัญญ์ณลิน รุ่งสินกุลวัฒน์	
15.30 น.	15.45 น.	Online	1255	การศึกษาความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อการพัฒนาแพลตฟอร์มการตลาดดิจิทัลเพื่อผู้ประกอบการผ้าทอชนเผ่าพื้นเมือง ในอำเภอคลองลาน จังหวัดกำแพงเพชร	คุณสุรนาถ เชื้อผึ้ง	
15.45 น.	16.00 น.	Online	1264	ระบบยืนยันตัวตนด้วยใบหน้าสำหรับบุคคลภายนอกเข้าปฏิบัติงาน กรณีศึกษาธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่	คุณมินา แสงทอง	
16.00 น.	16.15 น.	Online	1230	ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวและองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการแนะนำต่อของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาร่วมชมชนชาวมอญ หมู่บ้านวังกะ อำเภอสังขละบุรี จังหวัดกาญจนบุรี	คุณปวีณา ดอกจันทร์	
ประธานกรรมการ	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุดสันต์ สุทธิพิศาล					
กรรมการ	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เอกฉัตร ตันศิริ					
กรรมการ	ดร.สุวรรณา เขียวภักดี					
ผู้ประสานงาน	นายศรายุทธ มณีรัตน์					



สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
การรับรู้ และทัศนคติต่อโฆษณาบนแอปพลิเคชันอินสตากล램 ที่ส่งผลต่อการตั้งใจซื้อสินค้าของผู้บริโภค <i>พิชญธิดา ศรีอินทายศ และ ประพิมพรรณ ลิ้มสุวรรณ</i>	724
ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักโฮสเทลในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ของนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันวาย <i>ญาณภา สุวรรณพานิช, นริศรา ยิ้มแย้ม, พัชรียา ประทุม, ชนกนันท์ พันธุ์รัตน์, ชนิกานต์ อุ้เจริญ และ นิธิกร ม่วงครเขี้ยว</i>	741
การปรับปรุงฟังก์ชันสินค้า: กรณีศึกษา โรงงานขนมเปียะ แสงจันทร์ <i>จอร์แดน เจสัน แม็คเคน, ณัฐปศัลย์ วัฒนสิทธิ์, ณัฐสุดา ทองสุวรรณ, ธันทิก อิศรธราดล, นิธิวัช เอียดทองคำ และ พนิดา แซ่มช้าง</i>	759
การศึกษาความคิดเห็นด้านการตลาดของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อการพัฒนาแพลตฟอร์ม การตลาดดิจิทัลสำหรับผู้ประกอบการผ้าทอชนเผ่าพื้นเมืองในอำเภอคลองลาน จังหวัดกำแพงเพชร <i>สุรนาถ เชื้อผึ้ง และ วศิน เหลี่ยมปรีชา</i>	775
ระบบยืนยันตัวตนด้วยใบหน้าสำหรับบุคคลภายนอกเข้าปฏิบัติงาน กรณีศึกษา ธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่ <i>มีนา แสงทอง และ สุวรรณณี อัครกุลชัย</i>	789
ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวและองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการแนะนำต่อ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาจากชุมชนชาวมอญ หมู่บ้านวังกะ อำเภอสังขละบุรี จังหวัดกาญจนบุรี <i>นิจารีย์ ทรัพย์ออมสิน, เบญญาภา ถือทอง, ปุณณนิสา นวลแมน, ปวีณา ดอกจันทร์, ปาไลตา วุฒิธรรม และ มนัสสินี บุญมีศรีสง่า</i>	801
แนวทางการดำเนินธุรกิจที่พักแบบโฮมสเตย์ ในช่วงสถานการณ์โควิด19 กรณีศึกษา : อำเภอแหลมสิงห์ จังหวัดจันทบุรี <i>ณัฐมน ลีภักษ์</i>	816
แรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารแพสดในช่วง Covid-19 ของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผ่านรูปแบบการสื่อสารแบบปากต่อปากผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ <i>ธัญพิชชา ภูวิศอิทธินันท์ และ ไพฑูรย์ เจตธำรงชัย</i>	826





ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวและองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการแนะนำต่อ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวชุมชนชาวมอญ หมู่บ้านวังกะ อำเภอสังขละบุรี จังหวัดกาญจนบุรี

THAI TOURISTS TO VISIT THE MON VILLAGE IN KANCHANABURI.

นิจารีย์ ทรัพย์อมสิน¹ เภญญาภา ถือทอง¹ ปถุณณิสสา นวลแมน¹
ปวีณา ดอกจันทร์¹ ปาลิตา วุฒิธรรม¹ มนต์สินี บุญมีศรีสง่า²

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในด้านภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวและองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวของชุมชนชาวมอญ หมู่บ้านวังกะ อำเภอสังขละบุรี จังหวัดกาญจนบุรี ที่ส่งผลต่อการแนะนำต่อของนักท่องเที่ยว งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ เก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวชุมชนชาวมอญ หมู่บ้านวังกะ อำเภอสังขละบุรี จังหวัดกาญจนบุรี จำนวน 362 ราย ผ่านทางแบบสอบถามในรูปแบบกุเกิล ฟอรัม วิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวและการแนะนำต่อโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับมาก ผลการศึกษาจากการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ พบว่า ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว และองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว ส่งผลเชิงบวกต่อการแนะนำต่อ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผลการวิจัยนี้เป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยว และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียสามารถนำข้อมูลจากงานวิจัยไปใช้ในการตลาด เพื่อปรับปรุงและพัฒนาในภายภาคหน้า เกี่ยวกับการศึกษาภาพลักษณ์และองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงการแนะนำต่อของนักท่องเที่ยวที่ไปท่องเที่ยวในชุมชนชาวมอญ หมู่บ้านวังกะ อำเภอสังขละบุรี จังหวัดกาญจนบุรี ต่อไป

คำสำคัญ : ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว องค์ประกอบทางการท่องเที่ยว การแนะนำต่อ ชุมชนชาวมอญ

¹ นักศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาการจัดการจัดการการท่องเที่ยว คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
² อาจารย์ประจำคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร





Abstract

The objectives of this research are to study the opinions of tourists regarding the tourism destination's images and tourism components that affect the recommendation of Thai tourists visiting The Mon village in Kanchanaburi. This research has employed a quantitative research approach, using questionnaires in google form to collect data from 362 samplings which are Thai tourists. The researchers utilized Descriptive Statistics and Multiple Linear Regression to analyze the data. The results revealed that the level of opinions on tourism destination's images and the recommendation are highest, and Tourism components are high. The results of Multiple Linear Regression found that tourism destination's images and tourism components have a positive effect on the recommendation. Statistically significant at the 0.05 level. The results of this research provide useful knowledge for tourism organizations and tourism businesses to bring research results to develop, improve or modify. including the introduction of tourists to visiting the Mon village in Kanchanaburi in the future.

Keywords: Destination Images; Tourism Components; Recommendation; Mon village





ที่มาและความสำคัญ

การระบาดของโรคโควิด 19 และมาตรการควบคุมการเดินทางเป็นอุปสรรคต่อการเดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทยเป็นอย่างมาก ทำให้นักท่องเที่ยวหันมาเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศแทน โดยตั้งแต่เดือนมกราคม – พฤศจิกายน พ.ศ. 2564 มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยเที่ยวไทยสะสม 40.19 ล้านคนต่อครั้ง โดยจังหวัดที่มีจำนวนผู้เยี่ยมเยือนคนไทยมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ กรุงเทพมหานคร ชลบุรีและกาญจนบุรี ตามลำดับ และในเดือนพฤศจิกายนที่ผ่านมาจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยมาเยี่ยมเยือนที่จังหวัดกาญจนบุรีทั้งสิ้น 812,043 คน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2564) เนื่องจากเป็นจังหวัดที่ไม่ไกลจากกรุงเทพมหานคร และมีแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ที่มีความหลากหลาย ทั้งทางประวัติศาสตร์ ศาสนา และ ธรรมชาติ(นพภูม ธาระวานิช, นายเยาว์ ชาญณรงค์ และ พัฒนภรณ์ อุโฆษบรรณชัย, 2561) ทำให้เกิดการท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การท่องเที่ยวในรูปแบบผจญภัย การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นต้น การท่องเที่ยวประเภทต่าง ๆ เหล่านี้ ล้วนมีสิ่งทำให้เกิดการดึงดูดใจในการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็น ธรรมชาติ วัด โบราณสถาน วัฒนธรรมหรือวิถีชีวิตของชุมชน เมื่อมาท่องเที่ยวแล้วเกิดความประทับใจและความพึงพอใจจะทำให้เกิดการเที่ยวซ้ำหรือเกิดการแนะนำต่อไปยังบุคคลอื่น

โดยการแนะนำต่อ คือการแนะนำสิ่งต่าง ๆ ที่ผู้แนะนำได้มีประสบการณ์เกี่ยวกับสิ่งนั้น ๆ มาก่อน ส่วนใหญ่ การแนะนำต่อมักเป็นสิ่งที่ผู้แนะนำพบเจอมา เมื่อเกิดความประทับใจและความพึงพอใจจึงอยากบอกต่อหรือแนะนำต่อให้ผู้อื่นได้ทราบ นอกจากการสื่อสารแบบปากต่อปากจากคนใกล้ตัวแล้ว ยังมีการสื่อสารแบบปากต่อปากบนอินเทอร์เน็ต (eWOM) เรียกว่าเป็นการเขียนรีวิวหรือโพสต์บนโซเชียลมีเดีย (Eelen, et al., 2017) ในบริบทของการท่องเที่ยวนี้ การแนะนำต่อคือการที่นักท่องเที่ยวได้ไปท่องเที่ยวยังสถานที่ต่าง ๆ แล้วเกิดความประทับใจในสถานที่นั้น ๆ จึงทำให้อยากเผยแพร่และแนะนำต่อ

เมื่อนักท่องเที่ยวจะตัดสินใจไปท่องเที่ยวยังสถานที่ใดก็ตาม จะมีการคำนึงถึงความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวเสมอ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดองค์ประกอบของการท่องเที่ยว 6A's โดย Buhalis (2000) คือ 1) แหล่งท่องเที่ยว (Attractions) 2) การเข้าถึง (Accessibility) 3) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) 4) โปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูป (Available packages) 5) กิจกรรม (Activities) และ 6) การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary services) นอกจากองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการแนะนำต่อของนักท่องเที่ยวแล้ว ยังมีภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นอีกหนึ่งปัจจัยในการแนะนำต่อของนักท่องเที่ยว

ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว คือ องค์กรรวมความประทับใจของสถานที่ท่องเที่ยวหรือภาพในใจของบุคคลนั้นเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นปัจจัยด้านความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว ความสะดวกในการเข้าถึง การบริการของสถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรมที่ต้องทำเมื่อไปยังสถานที่ท่องเที่ยว (Beerli and Martin, 2004) สรุปได้ว่าภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวคือการประเมินสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว หากสภาพแวดล้อมที่เกิดขึ้นในใจของนักท่องเที่ยวมีแต่สิ่งดี ๆ ก็จะทำให้เกิดการแนะนำต่อให้คนรู้จักหรือเกิดการรีวิวบนโซเชียลมีเดียนั่นเอง โดยทางคณะผู้ศึกษาวิจัยเห็นว่า ชุมชนชาวมอญ หมู่บ้านวังกะ อำเภอสว่างวีระบุรี จังหวัดกาญจนบุรี เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงและเป็นหนึ่งในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอีกแห่งหนึ่งของประเทศไทย มีลักษณะประเพณี วัฒนธรรม และรูปแบบของสถาปัตยกรรมที่ยังคงเป็นเอกลักษณ์ของตนเองอย่างชัดเจน ไม่ว่าจะเป็นวัฒนธรรมประเพณีการตักบาตร





และแต่งกายแบบมอญ สถาปัตยกรรมที่โดดเด่นและสวยงามแบบสะพานมอญและวัดวังแก้วเวการาม ปัจจัยเหล่านี้ทำให้คณะผู้ศึกษามีความประสงค์ที่จะศึกษาเรื่องภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวและองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการแนะนำต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวชุมชนชาวมอญ หมู่บ้านวังกะ อำเภอสงขลาบุรี จังหวัดกาญจนบุรี เพื่อผลการวิจัยนี้จะสามารถก่อให้เกิดประโยชน์ให้แก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ได้นำวิจัยไปใช้ในด้านการตลาด ชุมชน จะได้นำผลการวิจัยไปพัฒนา ปรับปรุงหรือแก้ไขในภายภาคหน้า เกี่ยวกับการศึกษาภาพลักษณ์และองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงการแนะนำต่อนักท่องเที่ยวที่ไปท่องเที่ยวในชุมชนชาวมอญ หมู่บ้านวังกะ อำเภอสงขลาบุรี จังหวัดกาญจนบุรี

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว องค์ประกอบทางการท่องเที่ยว และการแนะนำต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวชุมชนชาวมอญ หมู่บ้านวังกะ อำเภอสงขลาบุรี จังหวัดกาญจนบุรี
2. วิเคราะห์ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวและองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการแนะนำต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวชุมชนชาวมอญ หมู่บ้านวังกะ อำเภอสงขลาบุรี จังหวัดกาญจนบุรี

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวและองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการแนะนำต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวชุมชนชาวมอญ หมู่บ้านวังกะ อำเภอสงขลาบุรี จังหวัดกาญจนบุรี” โดยมีรายละเอียดเกี่ยวกับการดำเนินวิจัยดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร

- ประชากร (Population) ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวชุมชนชาวมอญ หมู่บ้านวังกะ อำเภอสงขลาบุรี จังหวัดกาญจนบุรี
- กลุ่มตัวอย่าง (Sample) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เนื่องจากไม่ทราบจำนวนที่แท้จริงของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวชุมชนชาวมอญ หมู่บ้านวังกะ อำเภอสงขลาบุรี จังหวัดกาญจนบุรีเป็นเลขปัจจุบันได้ ดังนั้น กลุ่มตัวอย่างจึงคำนวณได้จาก สูตรไม่ทราบขนาดประชากรของCochran โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และ ระดับความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5

1.2 กลุ่มตัวอย่าง

จากสถิตินักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรีในช่วงเดือนมกราคม – พฤศจิกายน 2564 ซึ่งอยู่ในช่วงการระบาดของโรคโควิด 19 มีจำนวนทั้งสิ้น 812,043 คน แต่ด้วยไม่ทราบจำนวนที่แน่นอนของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวชุมชนชาวมอญ หมู่บ้านวังกะ อำเภอสงขลาบุรี จังหวัดกาญจนบุรีได้ คณะผู้ศึกษาจึงใช้วิธีการคำนวณด้วยสูตรคอคราน (Cochran, 1977) ที่ความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และ ระดับความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ดังนี้

สูตร

$$n = \frac{p(1-p)Z^2}{e^2}$$

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง





p = สัดส่วนของประชากรที่ต้องการ คือ 0.5

Z = ค่า Z ที่ระดับความเชื่อมั่น ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 หรือระดับนัยสำคัญ 0.05 มีค่า 1.96

e = ระดับความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 (0.05)

$$n = \frac{0.5(1-0.5)(1.96)^2}{(0.05)^2}$$

$$= 384.16 \approx 385$$

ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ต้องเก็บข้อมูลคือ 385 คน แต่ทางคณะผู้ศึกษาวิจัยจะใช้กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย 400 คน เพื่อความสะดวกในการวิเคราะห์

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสอบถามที่เป็นรูปแบบกุเกิล ฟอรม์ โดยแบ่งคำถามในแบบสอบถามออกเป็น 4 ตอน

ตอนที่ 1 ด้านประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย อายุ เพศ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำนวน 4 ข้อคำถาม

ตอนที่ 2 ภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยว จำนวน 6 ข้อคำถาม ปรับปรุงมาจากงานวิจัยของ มาศศุภา นิมบุญจาช (2558)

ตอนที่ 3 องค์ประกอบทางการท่องเที่ยว จำนวน 19 ข้อคำถาม คำถาม ปรับปรุงมาจากงานวิจัยของ คมสิทธิ์ เกียนวัฒนา และกฤติกา สายณะรัตน์ชัย (2563)

ตอนที่ 4 การแนะนำต่อ จำนวน 3 ข้อคำถาม คำถามปรับปรุงมาจากงานวิจัยของ เกศสุณีย์ สุขพลอย (2558)

3. การสร้างเครื่องมือและการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือในการวิจัย

3.1 ศึกษาค้นคว้าเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์และองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการแนะนำต่อ เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดกรอบแนวความคิดและสร้างแบบสอบถาม โดยให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความถูกต้อง ความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity)

นำแบบสอบถามเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหาและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัย โดยใช้ค่าดัชนีความสอดคล้อง (Item Objective Congruence Index: IOC) พร้อมทั้งปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ

3.2 การตรวจสอบให้ตรงกับเนื้อหา (Content Validity) โดยการหาค่าความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ (Item-Objective Congruence Index: IOC) ผลของ IOC จะต้องได้มากกว่า หรือ เท่ากับ 0.5 จึงทำให้ข้อคำถามตรงกับเนื้อหา (Content Validity) ที่ต้องการวัด ถือว่ามีความเหมาะสมที่จะใช้ศึกษา คณะผู้ศึกษาวิจัยมีการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ พบว่าจากคำถามทั้ง 33 ข้อ มีค่า IOC ระหว่าง 0.67 – 1.00 แสดงถึงเครื่องมือวัดตรงวัตถุประสงค์ของงานวิจัย

3.3 คณะผู้ศึกษาวิจัยได้ทำการทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) กับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ตัวอย่าง โดยหาค่าสัมประสิทธิ์ แอลฟาของครอนบราก (Cronbach's alpha coefficient) และทุกข้อคำถามพบว่า มีค่า 0.96 ซึ่งมากกว่า 0.7 สามารถนำแบบสอบถามไปลงพื้นที่เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล





4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากการเก็บรวบรวมแบบสอบถามออนไลน์ (Questionnaire) โดยเก็บจากนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวชุมชนชาวมอญ หมู่บ้านวังกะ อำเภอสังขละบุรี จังหวัดกาญจนบุรี โดยวิธีการเก็บรวบรวมดังนี้

เก็บรวบรวมข้อมูลออนไลน์แล้วนำแบบสอบถามทั้งหมดดำเนินการตามขั้นตอนการศึกษา ผู้ศึกษาวิจัยเลือกตัวอย่างแบบสะดวกและเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามออนไลน์ผ่านระบบกูเกิล ฟอรม์ โดยตั้งคำถามในการคัดกรองกลุ่มเป้าหมายเกี่ยวกับพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวและนำช่องทางการเชื่อมต่อแบบสอบถามออนไลน์ไปประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางเครือข่ายสังคมออนไลน์ต่าง ๆ

ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)จากงานวิจัย บทความ และ เว็บไซต์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

5. วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิจัย

โดยการวิจัยครั้งนี้เมื่อมีการเก็บรวบรวมข้อมูลเสร็จสิ้นแล้ว ผู้ศึกษาวิจัยจะนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยโปรแกรม SPSS โดยได้นำข้อมูลจากแบบสอบถามที่เก็บรวบรวมได้มาตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลและตัดชุดแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องมากที่สุด โดยจะบันทึกข้อมูลตามรหัสข้อมูลที่ได้กำหนดไว้ โดยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐาน โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

5.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์มีดังนี้

5.1.1 ข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์และวิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ และค่าร้อยละ

5.1.2 ระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว ในชุมชนชาวมอญ หมู่บ้านวังกะ อำเภอสังขละบุรี จังหวัดกาญจนบุรี และการสื่อสารแบบแนะนำต่อ วิเคราะห์โดยคำนวณค่าเฉลี่ย และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยมีเกณฑ์ในการให้การให้คะแนนในแต่ละระดับ ดังนี้

ระดับความคิดเห็น	คะแนนข้อคำถามเชิงบวก
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	5 คะแนน
เห็นด้วย	4 คะแนน
ไม่แน่ใจ	3 คะแนน
ไม่เห็นด้วย	2 คะแนน
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1 คะแนน

5.1.3 การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Linear Regression) เพื่อพิจารณาค่าภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนชาวมอญ หมู่บ้านวังกะ อำเภอสังขละบุรี จังหวัดกาญจนบุรี ที่มีผลต่อการแนะนำต่อของนักท่องเที่ยว





ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวและองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการแนะนำต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวชุมชนชาวมอญ หมู่บ้านวังกะ อำเภอสังขละบุรี จังหวัดกาญจนบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว องค์ประกอบทางการท่องเที่ยว และการแนะนำต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวชุมชนชาวมอญ หมู่บ้านวังกะ อำเภอสังขละบุรี จังหวัดกาญจนบุรี และ 2) วิเคราะห์ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวและองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการแนะนำต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวชุมชนชาวมอญ

โดยเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวที่เคยมาเที่ยวที่ชุมชนชาวมอญ หมู่บ้านวังกะ อำเภอสังขละบุรี จังหวัดกาญจนบุรี จำนวน 400 ราย แต่เนื่องจากสถานการณ์โควิด19 ทำให้คณะผู้ศึกษาวิจัยไม่สามารถลงพื้นที่ไปเก็บข้อมูลได้ จึงทำการเก็บข้อมูลผ่านช่องทางออนไลน์ในกลุ่มเฟซบุ๊ก “ที่พักที่เที่ยวยะพานมอญ สังขละบุรี” และ “ที่พักที่เที่ยวกาญจนบุรี” เก็บข้อมูลได้ทั้งสิ้นจำนวน 362 ราย ผลการศึกษาวินิจฉัยเสนอโดยลำดับ ดังนี้

1. ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มาเที่ยวที่ชุมชนชาวมอญ หมู่บ้านวังกะ อำเภอสังขละบุรี จังหวัดกาญจนบุรี

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 47.2 การศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 59.7 อายุ 20 – 30 ร้อยละ 51.1 รายได้ส่วนบุคคลต่ำกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 35.9 ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 :ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (n = 362)

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม		
	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	157	43.4
หญิง	171	47.2
ทางเลือก	34	9.4
2. การศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	116	32.0
ปริญญาตรี	216	59.7
ปริญญาโท	26	7.2
ปริญญาเอก	4	1.1
3. อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	64	17.7
20 - 30 ปี	185	51.1
30 - 40 ปี	66	18.2
40 ปีขึ้นไป	47	13.0
4. รายได้ส่วนบุคคล (บาทต่อเดือน)	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10,000 บาท	130	35.9



10,000 - 20,000 บาท	87	24.0
20,000 - 30,000 บาท	94	26.0
30,000 - 40,000 บาท	29	8.0
40,000 - 50,000 บาท	9	2.5
50,000 บาทขึ้นไป	13	3.6

2. ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว ที่มีต่อภาพลักษณ์ และ องค์ประกอบทางการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการแนะนำต่อของชุมชนชาวมอญ หมู่บ้านวังกะ อำเภอสังขละบุรี จังหวัดกาญจนบุรี

ผู้วิจัยใช้ผลการวิเคราะห์ตัวแปร ด้านวัฒนธรรม ด้านเศรษฐกิจ ด้านดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว ด้านเส้นทางคมนาคม ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านที่พัก ด้านกิจกรรม ด้านการบริการการท่องเที่ยว และ ด้านการบอกต่อ ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 : ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว

ภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยว			
ด้านวัฒนธรรม	\bar{x}	S.D.	การแปลผล
สถานที่ท่องเที่ยวแห่งนี้มีการรักษาวิถีชีวิตชุมชนคงไว้เป็นกิจวัตรปกติ เช่น การทำบุญ ตักบาตร เป็นต้น	4.32	0.724	มากที่สุด
สถานที่ท่องเที่ยวแห่งนี้มีอาคารและสิ่งก่อสร้างในชุมชนที่แสดงถึงภูมิปัญญาของผู้คนดั้งเดิมที่ทำให้น่าสนใจ	4.30	0.782	มากที่สุด
อาหารท้องถิ่นมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว	4.18	0.752	มาก
รวม	4.27	0.624	มากที่สุด
ด้านเศรษฐกิจ	\bar{x}	S.D.	การแปลผล
การประกอบอาชีพของชาวบ้านในชุมชนคงความสัมพันธ์กับวิถีชีวิต และสภาพแวดล้อมดั้งเดิมของชุมชน	4.23	0.732	มากที่สุด
ประชาชนในชุมชนนี้มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว	4.31	0.769	มากที่สุด
สถานที่ท่องเที่ยวแห่งนี้มีผลิตภัณฑ์จากชุมชนเพื่อเป็นของที่ระลึก/ของฝากหรือจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยว	4.28	0.814	มากที่สุด
รวม	4.27	0.624	มากที่สุด
องค์ประกอบทางการท่องเที่ยว			
ด้านดึงดูดใจการท่องเที่ยว	\bar{x}	S.D.	การแปลผล
สถานที่ท่องเที่ยวมีความน่าสนใจด้านวัฒนธรรม	4.36	0.740	มากที่สุด
สถานที่ท่องเที่ยวมีจุดชมวิว สิ่งแวดล้อมและธรรมชาติที่สวยงาม มีความสงบ เหมาะแก่การพักผ่อน	4.51	0.771	มากที่สุด
สถานที่ท่องเที่ยวมีเอกลักษณ์เป็นที่น่าสนใจซึ่งแตกต่างจากแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ	4.27	0.814	มากที่สุด
รวม	4.38	0.642	มาก
ด้านเส้นทางคมนาคม	\bar{x}	S.D.	การแปลผล
เส้นทางคมนาคมมีการเข้าถึงและเดินทางสะดวกสบายตลอดทาง	4.05	0.859	มาก





มีป้ายบอกทางตลอดเส้นทาง	4.15	0.802	มาก
มีเส้นทางเชื่อมโยงไปยังแหล่งท่องเที่ยวอื่นได้สะดวก	4.09	0.809	มาก
รวม	4.10	0.715	มาก
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
สถานที่ที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกรองรับการเดินทางหลากหลายรูปแบบ เช่น สถานีขนส่งผู้โดยสาร ที่จอดรถยนต์	4.01	0.884	มาก
จำนวนร้านอาหารและเครื่องดื่มเพียงพอ	4.03	0.806	มาก
ห้องสุขาเพียงพอต่อการใช้งาน	3.50	0.963	มาก
มีรถโดยสารสาธารณะให้บริการสม่ำเสมอ	4.07	0.898	มาก
รวม	3.90	0.699	มาก
ด้านที่พัก	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
สถานที่ตั้งของที่พักมีความสะอาด และมีความปลอดภัย	4.22	0.794	มากที่สุด
มีที่พักเพียงพอต่อจำนวนนักท่องเที่ยว	4.17	0.776	มาก
ที่พักราคาเหมาะสม	3.16	0.782	ปานกลาง
รวม	4.18	0.682	มาก
ด้านกิจกรรม	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
รูปแบบกิจกรรมมีความเหมาะสมกับสภาพแวดล้อมท้องถิ่น	4.21	0.814	มากที่สุด
ชาวบ้านและนักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมการท่องเที่ยว	4.21	0.785	มากที่สุด
ช่องทางการติดต่อเข้าร่วมกิจกรรมภายในสถานที่ท่องเที่ยวมีความสะดวก	3.17	0.821	ปานกลาง
รวม	4.20	0.707	มาก
ด้านการบริการการท่องเที่ยว	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
ความพร้อมในการให้บริการด้านความปลอดภัย และการช่วยเหลือนักท่องเที่ยว	4.17	0.817	มาก
ความพร้อมในการให้บริการด้านสาธารณสุข (เช่น โรงพยาบาล สถานีอนามัย เป็นต้น)	4.10	0.825	มาก
ชาวบ้านมีความพร้อมและเต็มใจในการบริการนักท่องเที่ยว	4.32	0.816	มากที่สุด
รวม	4.19	0.703	มาก
การแนะนำต่อ			
ด้านการแนะนำต่อ	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
ท่านจะแนะนำให้นักท่องเที่ยวอื่นมาเที่ยวชุมชนชาวมอญ หมู่บ้านวังกะ	4.37	0.767	มากที่สุด
ท่านเล่าประสบการณ์ในการเที่ยวชมและทำกิจกรรมที่ชุมชนชาวมอญ หมู่บ้านวังกะให้กับนักท่องเที่ยวท่านอื่นฟัง	4.34	0.764	มากที่สุด
ท่านจะช่วยแนะนำข้อมูลในการท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวอื่น	4.33	0.707	มากที่สุด
รวม	4.35	0.661	มากที่สุด

3. การทดสอบสมมติฐาน

การทดสอบสมมติฐานการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple regression) โดยใช้ค่า p-value ที่น้อยกว่า 0.05 อีกทั้งค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อน (Resident Mean) ล้วนเป็น 0 คือ ค่าความคลาด





เคลื่อนนั้นคงที่ ซึ่งจะไม่เกิด Heteroscedasticity และไม่มีความสัมพันธ์ร่วมเชิงพหุเส้น (Multicollinearity) ด้วยค่า Tolerance ที่เข้าใกล้ 1 และค่า VIF ไม่เข้าใกล้ 10/ไม่เกิน 5 ดังแสดงในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลการทดสอบของ 2 สมมติฐาน

แหล่งความแปรปรวน	p-value/ sig	Beta	R ²	R ² adj	Tolerance	VIF	Resident Mean
H1 ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวที่ส่งผลกระทบต่อการแนะนำต่อของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวชุมชนชาวมอญ หมู่บ้านซังกะ อำเภอสังขละบุรี จังหวัดกาญจนบุรี	0.000	0.396	0.656	0.654	0.373	2.680	0.000
H2 องค์ประกอบการท่องเที่ยวที่ส่งผลกระทบต่อการแนะนำต่อของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวชุมชนชาวมอญ หมู่บ้านซังกะ อำเภอสังขละบุรี จังหวัดกาญจนบุรี	0.000	0.536	0.656	0.654	0.373	2.680	0.000

สมมติฐานที่ 1 ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวที่ส่งผลกระทบต่อการแนะนำต่อของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวชุมชนชาวมอญ หมู่บ้านซังกะ อำเภอสังขละบุรี จังหวัดกาญจนบุรี

สมมติฐานที่ 2 องค์ประกอบทางการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งผลกระทบต่อการแนะนำต่อของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวชุมชนชาวมอญ หมู่บ้านซังกะ อำเภอสังขละบุรี จังหวัดกาญจนบุรี

ผลการวิจัย

เมื่อพิจารณา ตัวแปรตามคือการแนะนำต่อ พบว่าภาพลักษณ์ และ องค์ประกอบทางการท่องเที่ยว เป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อการแนะนำต่อ อย่างมีนัยสำคัญ

ตารางที่ 4 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานของการวิจัย

สมมติฐาน	ผลการทดสอบ
H1 ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวที่ส่งผลกระทบต่อการแนะนำต่อของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวชุมชนชาวมอญ หมู่บ้านซังกะ อำเภอสังขละบุรี จังหวัดกาญจนบุรี	ยอมรับ
H2 องค์ประกอบทางการท่องเที่ยวที่ส่งผลกระทบต่อการแนะนำต่อของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวชุมชนชาวมอญ หมู่บ้านซังกะ อำเภอสังขละบุรี จังหวัดกาญจนบุรี	ยอมรับ

จากตารางที่ 16 แสดงค่าสัมประสิทธิ์ของการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ พบว่า มีตัวแปรต้น ได้แก่ ตัวแปร ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว และ องค์ประกอบทางการท่องเที่ยว ที่ส่งผลเชิงบวกต่อ การแนะนำต่อ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ดังนั้น ผลการศึกษาจึงเป็นไปตามสมมติฐานของการวิจัยบางส่วนและสามารถแสดงสมการถดถอย ได้ดังนี้

$$\hat{y} = 0.369IMGE + 0.536 CPN + 0.425$$





**ตารางที่ 17 ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ (Multiple regression Analysis) ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อ
บอกต่อ**

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	.425	.152		2.804	.005		
IMAGE1	.396	.055	.364	7.196	.000	.373	2.680
CPN	.536	.055	.490	9.683	.000	.373	2.680

a. Dependent Variable: WOM

$$R = 0.810^a \quad R^2 = 0.656 \quad \text{Adjusted } R^2 = 0.654 \quad SE = 0.388$$

$$F = 103.01 \quad \text{Sig. of } F = 0.000$$

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง “ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวและองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวที่ส่งผลกระทบต่อการแนะนำต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาจากชุมชมชนชาวมอญ หมู่บ้านวังกะ อำเภอสังขละบุรี จังหวัดกาญจนบุรี” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว องค์ประกอบทางการท่องเที่ยว และการแนะนำต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาจากชุมชมชนชาวมอญ หมู่บ้านวังกะ อำเภอสังขละบุรี จังหวัดกาญจนบุรี และ 2. วิเคราะห์ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวและองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวที่ส่งผลกระทบต่อการแนะนำต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาจากชุมชมชนชาวมอญ หมู่บ้านวังกะ อำเภอสังขละบุรี จังหวัดกาญจนบุรี เก็บข้อมูลจาก นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวชุมชมชนชาวมอญ หมู่บ้านวังกะ จำนวน 362 ราย โดยใช้แบบสอบถามที่เป็นรูปแบบภูเกิล ฟอร์มเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ผู้ศึกษาวิจัยนำแบบสอบถามที่ได้มาจัดทำเพื่อวิเคราะห์ข้อมูลตามแนวทางการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้การวิเคราะห์ทางสถิติ และนำเสนอผลการวิเคราะห์ในรูปแบบของตาราง พร้อมทั้งนำเสนอข้อมูลในลักษณะบรรยายเชิงพรรณนา สถิติที่ใช้ การแจกแจงความถี่ สถิติค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติถดถอยแบบพหุคูณ จากการวิเคราะห์ข้อมูล สามารถสรุปผลการศึกษาดังนี้

สรุปผลการศึกษา

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มาเที่ยวที่ชุมชมชนชาวมอญ หมู่บ้านวังกะ อำเภอสังขละบุรี จังหวัดกาญจนบุรี

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 47.2 รองลงมาคือเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 43.4 และเพศทางเลือก คิดเป็นร้อยละ 9.4 ตามลำดับ ศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 216 คน คิดเป็นร้อยละ 59.7 รองลงมาคือต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 32.0 มีอายุระหว่าง 20 - 30 ปี จำนวน 185 คน คิดเป็นร้อยละ 51.1 รองลงมาคืออายุ 30 - 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 18.2 และมีรายได้ ต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 35.9 รองลงมาคือรายได้ 20,000 - 30,000 บาท บาท คิดเป็นร้อยละ 26.0 สอดคล้องกับ





พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี ส่วนมากจะเป็นนักท่องเที่ยวประเภทเดินทางระหว่างวันหยุด เพราะกาญจนบุรีเป็นจังหวัดท่องเที่ยวที่ไม่ห่างไกลจากกรุงเทพมหานครฯ ซึ่งกลุ่มที่ตอบแบบสอบถามจะอยู่ในช่วงวัยที่มีเวลาและวันหยุดในการพักผ่อนเยอะ และต้องการหลีกเลี่ยงจากเมืองใหญ่มาใช้เวลาในชนบทมากกว่า

ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว ที่มีต่อการแนะนำต่อ ต่อชุมชนชาวมอญ หมู่บ้านวังกะอำเภอสว่างซลบุรี จังหวัดกาญจนบุรี

จากผลการวิเคราะห์ ระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในด้านการแนะนำต่อ พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับการแนะนำต่อโดยรวมมีระดับมากที่สุดทุกด้าน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวจะแนะนำให้นักท่องเที่ยวท่านอื่นมาเที่ยวชุมชนชาวมอญ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาคือ นักท่องเที่ยวเล่าประสบการณ์ในการเที่ยวชมและทำกิจกรรมที่ชุมชนชาวมอญให้กับนักท่องเที่ยวท่านอื่นฟัง และ ท่านจะช่วยแนะนำข้อมูลในการท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวอื่น ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับวิจัยของสลิลาทิพย์ ทิพย์ไกรสร(2564) ที่กล่าวว่า ในบริบทของการตลาด การบอกต่อหรือการสื่อสารแบบปากต่อปาก หมายถึง การสื่อสารอย่างไม่เป็นทางการที่มีผู้อื่นเป็นผู้รับสาร ด้วยข้อความเกี่ยวกับการใช้งาน หรือลักษณะของสินค้าและบริการ นอกจากนี้ การบอกต่อเป็นการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป โดยอาจผ่านการสื่อสารระหว่างบุคคลหรือการสื่อสารทางสังคมออนไลน์ก็ได้ สรุปได้ว่าการแนะนำหรือบอกต่อ เป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดการพิจารณาเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวว่าควรค่าแก่การไปเยือนหรือไม่ จากผลการศึกษาจะเห็นได้ว่านักท่องเที่ยวเต็มใจที่จะแนะนำชุมชนชาวมอญ หมู่บ้านวังกะอำเภอสว่างซลบุรี จังหวัดกาญจนบุรีมีภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวและองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในด้านที่ดี

ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว ที่มีต่อภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวของชุมชนชาวมอญ หมู่บ้านวังกะ อำเภอสว่างซลบุรี จังหวัดกาญจนบุรี

จากผลการวิเคราะห์ ภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยว พบว่า ภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวด้านเศรษฐกิจและด้านวัฒนธรรมเป็นปัจจัยที่มีภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด สอดคล้องกับแนวคิดภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว ของ Beerli and Martin (2004) ที่อธิบายภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวว่า หมายถึง ภาพในใจของบุคคลนั้นเกี่ยวกับสถานที่ ตั้งแต่โครงสร้างเศรษฐกิจไปจนถึงคุณลักษณะทางวัฒนธรรม ธรรมชาติและสังคม ซึ่งเป็นภาพลักษณ์ที่เกิดจากการรับรู้สถานที่ที่นักท่องเที่ยวได้ไปเยือนหรือประเมินสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว (สุภาพร วิชัยดิษฐ์ และแสงแข บุญศิริ, 2563) เพราะฉะนั้นองค์กรที่มีหน้าที่กำกับดูแลแหล่งท่องเที่ยวจะต้องมีการบริหารจัดการที่ดี สร้างความน่าเชื่อถือ การจดจำ และภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่นักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ เพราะภาพลักษณ์ของสถานที่จะส่งผลต่อความประทับใจที่มีต่อสถานที่หนึ่ง ๆ รวมถึงการรับรู้ (ทัศนพล นพสุวรรณ และ วิลาวัลย์ จันทศรี, 2564)เช่นเดียวกับทฤษฎีของ Chen & Tsai (2007) ที่กล่าวว่าภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อการตัดสินใจเข้ามาท่องเที่ยวทั้งในอดีตและอนาคตซึ่งมีความสำคัญต่อความยั่งยืนของการพัฒนาการท่องเที่ยว เนื่องจากภาพลักษณ์เป็นการสร้างศรัทธาความน่าเชื่อถือและการสร้างพฤติกรรมการท่องเที่ยวของบุคคลไม่ว่าจะเป็นในเชิงลบหรือเชิงบวก เพราะฉะนั้นจะสรุปได้ว่าภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่จำเป็นที่ทำให้เกิดภาพจำต่อสถานที่นั้น ๆ ไม่ว่าจะด้วยความประทับใจหรือไม่ประทับใจ ปัจจัยนี้ก็เป็นประสบการณ์ที่ช่วยในการตัดสินใจในเรื่องการจะมาเยี่ยมเยือนหรือกลับไปเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยว รวมไปถึงการแนะนำต่อให้ผู้อื่นได้มาเยือนด้วยตนเอง





ผลการศึกษาาระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว ที่มีต่อองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนชาวมอญ หมู่บ้านวังกะ อำเภอสังขละบุรี จังหวัดกาญจนบุรี

จากผลการวิเคราะห์ ระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว พบว่า องค์ประกอบโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมา คือด้านกิจกรรม ด้านการบริการการท่องเที่ยว ด้านที่พัก ด้านเส้นทางคมนาคม และ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ตามลำดับ จากผลการวิเคราะห์นี้ สอดคล้องกับแนวคิดองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว ของ Buhalis (2000) ที่กล่าวว่าองค์ประกอบการท่องเที่ยวประกอบด้วย 6 ประการ (6A's) คือ แหล่งท่องเที่ยว, การเข้าถึง, สิ่งอำนวยความสะดวก, โปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูป, กิจกรรม และการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวซึ่งแนวคิดนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริเพ็ญ ดาบเพชร (2560) ที่กล่าวว่าองค์ประกอบการท่องเที่ยวหรือทรัพยากรการท่องเที่ยวเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว เนื่องจากสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวได้

จากผลการวิจัยนี้สะท้อนให้เห็นว่า ชุมชนชาวมอญ หมู่บ้านวังกะ อำเภอสังขละบุรี จังหวัดกาญจนบุรี มีองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวครบทั้ง 6 ด้าน ไม่ว่าจะเป็น ด้านแหล่งท่องเที่ยว (Attractions) โดยชุมชนชาวมอญเป็นแหล่งท่องเที่ยวเกี่ยวกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของชาวมอญ ซึ่งถือเป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่น และเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้ให้นักท่องเที่ยวให้ความสนใจในการมาเยือนชุมชนชาวมอญมากที่สุด ด้านการเข้าถึง (Accessibility) สามารถเดินทางโดยใช้ รถยนต์ส่วนตัว และรถตู้โดยสารปรับอากาศได้ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) มีห้องพักรูปแบบและเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว ด้านโปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูป (Available Packages) มีโปรแกรมนำเที่ยวสำเร็จรูปที่ถูกจัดเตรียมโดยชาวมอญในพื้นที่ ไม่ว่าจะเป็น การตกบาตรแบบชาวมอญในตอนเช้า และการนั่งเรือชมความงามของวัดเก่าแก่ของชาวมอญ ด้านกิจกรรม (Activities) กิจกรรมของชุมชนชาวมอญล้วนแต่เป็นกิจกรรมที่สื่อให้เห็นถึงวัฒนธรรมของชาวมอญ เช่น การแต่งกายแบบชาวมอญ ตกบาตรแบบชาวมอญ การแสดงตามภูมิปัญญาท้องถิ่น รวมถึงการซื้อของฝากที่เป็นเอกลักษณ์จากชาวมอญ และด้านสุดท้ายคือด้านการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary services) ในชุมชนชาวมอญมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบทุกด้าน เช่น การขนส่งโรงพยาบาล ร้านสะดวกซื้อ สัญญาณโทรศัพท์ สถานีตำรวจ เป็นต้น แต่ถึงแม้ว่าจะมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครันแต่ยังมีบางส่วนที่ควรมีเพิ่มขึ้นเพื่อรองรับจำนวนนักท่องเที่ยว นั่นก็คือ ห้องสุขา และร้านอาหาร

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. ควรมีการติดตามและประเมินผลการแนะนำต่อของนักท่องเที่ยวอยู่เสมอเพื่อที่จะนำมาปรับปรุง พัฒนา และแก้ไขข้อบกพร่องของสถานที่ท่องเที่ยวในด้านต่างๆ ให้ดีมากยิ่งขึ้น
2. สถานที่ท่องเที่ยวเข้าถึงได้ยากในด้านเส้นทางคมนาคมและสิ่งอำนวยความสะดวก ควรมีการรองรับการเดินทางได้หลากหลายรูปแบบ เช่น สถานีขนส่งผู้โดยสาร ที่จอดรถยนต์ และควรมีสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างร้านอาหาร ที่พัก ห้องสุขา ร้านสะดวกซื้อ หรือโรงพยาบาลเพิ่มเพื่อให้สามารถรองรับนักท่องเที่ยวให้มากขึ้น
3. ในด้านความพร้อมในการให้บริการด้านความปลอดภัย และการช่วยเหลือนักท่องเที่ยวควรมีเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากในชุมชนชาวมอญมีแต่ชาวบ้านซึ่งหากเกิดเหตุการณ์ฉุกเฉินอาจทำให้เข้าถึงได้ยาก





ข้อเสนอแนะการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นเพียงการศึกษาองค์ประกอบและภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวโดยรวมจากมุมมองของนักท่องเที่ยว ดังนั้น การศึกษาวิจัยในครั้งต่อไป ควรมีการทำวิจัยเชิงคุณภาพในมุมมองของผู้ประกอบการและชาวบ้านในพื้นที่ เพื่อให้ได้ผลการวิจัยที่ละเอียดมากขึ้นในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและพัฒนาในด้านของการตลาดต่อไป
2. การศึกษาวิจัยในครั้งต่อไปอาจมีการเปลี่ยนแปลงตัวแปรต้นจากองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว (6A's) และภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว เป็นส่วนประสมทางการตลาด (7PS) เพื่อนำผลการศึกษาที่ได้ไปปรับปรุงและส่งเสริมด้านการตลาดการท่องเที่ยว
3. เนื่องจากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นการเก็บข้อมูลผ่านทางออนไลน์ ดังนั้น การศึกษาวิจัยในครั้งต่อไปควรมีการลงพื้นที่เพื่อที่จะได้ข้อมูลในเชิงลึก ครบถ้วน และถูกต้องแม่นยำมากขึ้น



บรรณานุกรม

- เกศสุณีย์ สุขพลอย. (2558). การเปรียบเทียบภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวและผลกระทบต่อ การบอกต่อของแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดตรังและสตูลในมุมมองของนักท่องเที่ยวชาวไทย. มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, หน้า 85 เข้าถึงได้จาก <https://kb.psu.ac.th/psukb/bitstream/2010/10149/1/404521.pdf>.
- ทัศน์พล นพสุวรรณ และวิลาวัลย์ จันทร์ศรี. (2564) ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา. มหาวิทยาลัยทักษิณ, หน้า 153-154.
- ธิตีรัตน์ ศุภิพัฒสกุล. (2562) อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการ ความง่ายในการใช้งาน และความปลอดภัยต่อการใช้งาน ความพึงพอใจของลูกค้า การบอกต่อ และความตั้งใจใช้บริการอย่างต่อเนื่องของผู้ที่ใช้งานระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Money) ในการชำระค่าสินค้าและบริการผ่านสมาร์ตโฟน. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, หน้า 3 เข้าถึงได้จาก http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/3928/1/Thitirat_dees.pdf
- มาศศุภา นิมบุญจาช. (2558). การศึกษาองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวและการมีส่วนร่วมของชุมชนที่มีผลต่อความยั่งยืนทางการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเขาสนนอกหัว (อุทยานแห่งชาติเขาแหลม). มหาวิทยาลัยศิลปากร, หน้า 11 เข้าถึงได้จาก http://www.sure.su.ac.th/xmlui/bitstream/handle/123456789/12655/MA_Massupa_Nimboonjat.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- วงศ์ลัดดา วีระไพบูลย์, รสมารินทร์ อรุโณทัยพัฒน์, จิตศักดิ์ พุฒจรรยา, พรหมมาตริ จินดาโชติ. (2565) อิทธิพลคุณภาพการบริการของสวนน้ำและประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความตั้งใจกลับมาเยือนซ้ำ. มหาวิทยาลัยขอนแก่น, หน้า 29
- สุภาพร วิชัยดิษฐ์. (2563) การรับรู้ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวยามราตรีในกรุงเทพมหานครของ นักท่องเที่ยวหญิงชาวต่างชาติ. วารสารวิชาการบริหารธุรกิจ สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทยในพระราชูปถัมภ์ สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี, หน้า 219 เข้าถึงได้จาก <http://www.vu.ac.th/apheitvu/journal/v9n1/chapter12.pdf>
- สลิลาทิพย์ ทิพย์ไกรสร. (2564) ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างการบริหารประสบการณ์ของลูกค้า ความพึงพอใจของลูกค้าความจงรักภักดีและการบอกต่อในธุรกิจค้าปลีกออนไลน์. วารสารวิชาการบริหารธุรกิจ สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย ในพระราชูปถัมภ์ สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี, หน้า 202
- Beerli, A. & Martín, J. D. (2004) Tourists' characteristics and the perceived image of tourist destinations: a quantitative analysis—a case study of Lanzarote, Spain. Book review: 637-646.
- Buhalis, D. (2000) Marketing the Competitive Destination of the Future. Tourism Management: 97-116.
- Chen, C., & Tsai, D. (2007) How destination image and evaluative factors affect behavioral intentions?. Tourism Management: 1115-1122.
- Eelen, J., Özturan, P., & Verlegh, P. W. J. (2017) The differential impact of brand loyalty on traditional and online word of mouth: The moderating roles of self-brand connection and the desire to help the brand. International Journal of Research in Marketing: 872–891.





รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 11
ประจำปี พ.ศ.2565

